

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Qleen *Fabricare* Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang berada di Qleen *Fabricare* Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*, yaitu pembagian kuesioner secara acak kepada pelanggan Qleen *Fabricare* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 50 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah uji asumsi klasik dan metode regresi linier berganda dengan diolah menggunakan software komputer SPSS versi 16.

Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan model *reliable*. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *relationship marketing* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial kualitas pelayanan menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan pada Qleen *Fabricare* Surabaya.

**Kata kunci:** *Relationship Marketing*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

This research is aimed to find out the influence of the relationship marketing and service quality to the customer satisfaction of Qleen Fabricare Surabaya. The population is all customers who are in Qleen Fabricare Surabaya. This research is a quantitative research which has been done by using primary data source and the sample collection technique has been done by using random sampling method, in which questionnaires are randomly issued to the customers of Qleen Fabricare and the numbers of samples which have been obtained are 50 respondents. The data analysis techniques has been done by using classical assumption test and multiple linear regressions method and it has been processed by using 16th version SPSS computer software.

The result of reliability test shows that the models are reliable. The result of examination shows that the variables of relationship marketing and service quality give positive and significant influence to the customer satisfaction. On classic assumption test, independent regression models, multicollinearity, and heteroscedasticity does not occur, and has been normally distributed. Based on the value of partial determination coefficient, service quality is the variable which gives dominant influence to the customer satisfaction. It means that when service quality is getting well, it will give an impact on the enhancement of customer satisfaction on Qleen Fabricare Surabaya.